■昨日又有新免費報紙出街，令全港目前免費報紙達到6份，日發行量逾300萬份，掀起香港第3次報業大戰。

香港文匯報訊 (記者　聶曉輝) 繼經濟日報集團旗下《晴報》於今年7月面世後，壹傳媒的免費報章《爽報》昨日亦創刊，令本港免費報章增至6份(據聞近期將有第7份)，從長期「三足鼎立」狀態，變成「七國咁亂」。《東方日報》及《太陽報》分別減價至5元及4元，令報業掀起第3次大戰。有學者指出，無論是免費或收費報章，日後內容會走向大眾化，影響市民花錢買報慾望。有廣告公司預期，較小型報章面對激烈競爭，廣告收入減少，最終會被淘汰。

# 從「三足」鼎立 到「七國」咁亂 香江紙媒惡鬥

# 免費報掀殺戮

## 傳媒股「不爽」齊跌價

■本港第6份免費報19日出版，有收費報紙減價應戰。　中央社

**香港文匯報訊 (記者 蔡競文)**壹傳媒(0282)旗下免費報紙《爽報》昨首日出版，東方報業(0018)旗下兩份收費報紙昨日減價，市場憂慮報業展開一輪惡鬥，拖累盈利，昨日報業股大跌。其中發起惡鬥的壹傳媒單日跌6.742%。

有學者分析指出，壹傳媒推出《爽報》除了搶佔免費報紙市場，更威脅到收費報紙的生存空間，報業的競爭勢必進一步加大，一場香港報業大戰在所難免。壹傳媒和東方報業股價跌逾6%，壹傳媒收報0.83元，跌6.742%；東方報業同樣收報0.83元，跌幅亦同樣是6.742%；經營免費《晴報》的經濟日報(0423)跌2.963%，報2.62元；經營免費《頭條日報》及免費英文《虎報》的星島(1105)跌1.639%，報1.2元。經營《明報》的世界華文（685）則平收2.7元。

16年前，《蘋果日報》面世，掀起了一場報業淘汰戰，顛覆傳統報業市場；2002年4月，首份免費報章《都市日報》面世，再次掀起報業大戰；最近2個月內，另2份免費報章《晴報》及《爽報》先後創刊，勢掀起報業第3次大戰。

### 兩份收費報紙 即時減價應戰

昨日創刊的《爽報》在港鐵站出入口及巴士站等多個地點派發，有鬧市地區更一度出現人龍。有報攤表示，昨日購買報紙的人數明顯減少。有市民表示，由於可以看免費報紙及網上新聞，不會再購買收費報紙；但亦有市民認為，收費報紙內容較豐富，會繼續購買。

壹傳媒集團主席黎智英表示，過去數年已有不少免費報章出現，收費及免費報章各有讀者群，相信《爽報》對傳統收費報章的影響輕微，但傳統報章亦要走高檔路線。他認為，《東方日報》及《太陽報》雙雙減價是穩定銷售量的策略。

星島新聞集團行政總裁盧永雄指出，《爽報》有情色版內容，定位較草根，與星島新聞集團旗下的《頭條日報》風格迥異，不擔心構成競爭。他又認為，《爽報》的內容與《蘋果日報》非常相似，就連後者的獨家新聞亦有，勢令後者銷量下跌，反有利於《頭條日報》搶佔《蘋果日報》的廣告市場，今後會聚焦策略應戰。他又認為，《星島日報》有故定讀者群，不擔心銷量會受影響，但會不斷強化自己。

《am730》社長盧覺麟指出，免費報章的市場未飽和，仍有增長空間，《爽報》面世將令競爭加劇，《am730》已準備好迎戰，包括加強報章專欄，「最重要是做好自己報章的定位。」他指出，《晴報》創刊後，暫未見對《am730》造成太大影響，預期《爽報》短期內亦不會對報業市場造成太大影響，而《am730》早前亦已增加人手，不會因為《爽報》面世而有太大動作。

### 報章廣告市場 競爭勢更慘烈

《都市日報》亞洲區行政總裁顧堯坤預期，未來免費報章的廣告市場競爭將更趨激烈，個別競爭對手或會調整廣告價格，最終受影響的是所有免費報章的毛利。他指出，《都市日報》一直取得於港鐵派發的專營權，目標讀者群為年輕的上班族，不怕面對競爭，但今後會增強版面內容，並計劃於港鐵線以外部分地方增加派發。至昨日截稿時，《明報》及《晴報》均未有回覆。

對於有指市民未能在公共屋邨內取閱免費報章，領匯表示，報章企業必須申請及向差餉物業估價署繳費，才可在領匯旗下的商場派發免費報紙，暫未接獲任何報業公司的申請查詢。房屋署發言人表示，任何有商業性質的刊物，包括免費報章，都不會獲得安排及申請到公屋派發。

### 香港免費報紙一覽

| 名稱 | 發行日期 | 發行量 | 擁有者 |
|---|---|---|---|
| 都市日報 | 2002年4月15日 | 38萬份 | 瑞士傳媒集團Kinnevik |
| 頭條日報 | 2005年7月11日 | 90萬份 | 星島新聞集團 |
| am730 | 2005年7月30日 | 40萬份 | am730媒體有限公司 |
| 英文虎報 | 2007年9月10日 | 22萬份 | 星島新聞集團 |
| 晴報 | 2011年7月27日 | 50萬份 | 香港經濟日報集團 |
| 爽報 | 2011年9月19日 | 80萬份 | 壹傳媒集團 |

製表：香港文匯報記者 文森
資料來源：香港文匯報資料室

■有免費報章以贈送蘋果迎戰新出街報紙。

## 各報應戰 加薪出動美少女

**香港文匯報訊**　本港免費報章的市場競爭日趨激烈，《爽報》首天向市民送大禮，在銅鑼灣及旺角以先到先得方式，派送膠文件套。其他免費報紙為迎接《爽報》的衝擊，《頭條日報》昨特別以穿短裙的年輕少女作招徠，在中環大派蘋果，並豎起「睇頭條日報，齊齊分食蘋果」宣傳架，寓意吞蝕《蘋果日報》市場。

《爽報》創刊亦掀起「搶人潮」，《爽報》調高派報員時薪至每小時45元，其他免費報章為爭奪派報員，《晴報》、《頭條日報》、《am730》及《英文虎報》昨日亦跟隨《爽報》調高派報員每小時的時薪，但《晴報》每小時派報時薪僅為40元，低於市場水平。　■香港文匯報記者 謝雅寶

## 免費報起風雲 勢「以本傷人」

**香港文匯報訊（記者　文森）**壹傳媒集團旗下的《爽報》昨日發行，使本港免費報章增至6份，每日發行量逾300萬份，免費報業勢掀一番「以本傷人」的龍爭虎鬥。本地首份免費報章《都市日報》於2002年4月創刊後，相繼有其他報章加入戰團，有收費報章其後於2007年改以免費發行，分薄免費報紙的讀者群，加劇競爭。

《都市日報》於2002年創刊，發行量初期達30萬份，僅14個月已收支平衡。在2004年，全港報紙約有36億元廣告收入，《都市日報》佔約10%，在巨額盈利下，星島新聞集團於2005年7月發行《頭條日報》；而中原集團主席施永青同月創立《am730》，殺入免費報紙市場，成三足鼎立之勢。

免費報紙進逼之下，不少收費報紙銷量節節下跌，廣告版面相應減少，使不同集團加入免費報業市場，甚至星島日報集團旗下的「老牌報紙」《英文虎報》亦於2007年9月轉為免費發行。隨着今年《晴報》和《爽報》先後加入市場，傳有報業集團亦會在短期內進佔免費報業市場分一杯羹。屆時，本港將有7份免費報章發行，可以預見，報業生態「七國咁亂」。

# 《爽報》首日 13宗投訴不雅

■本港昨日出版新免費報紙，市民在街頭取閱。

**香港文匯報訊（記者　文森）《爽報》**首日發行便「踩界」玩火，報章刊載不雅漫畫、數幅性感靚模照片，並載有情色小說。有團體批評《爽報》含有色情及不雅資訊，擔心對中小學生造成深遠的影響，而教育評議會本周內會向淫褻物品審裁處及報業評議會投訴。另影視處至昨晚收到13宗有關內容不雅的投訴。

### 團體籲屋苑拒絕派發

首日發行80萬份的《爽報》內容大膽出位，副刊以大篇幅版位，刊出靚模穿着性感泳衣照片。同版右面刊登一篇名為《色錮》的連載情色小說，描述男女調情橋段，用詞露骨。報章中有專欄以近日富商X新聞事件作漫畫題材，不少圖片只見女主角穿着胸圍躺臥在床，肉體橫陳整個版。

影視處至昨晚收到13宗有關《爽報》內容不雅的投訴，會按既定程序處理。明光社批評《爽報》刊登充滿意淫的色情漫畫及小說，擔心會對心智未成熟的中小學生造成深遠的負面影響，予以強烈譴責，並要求立即刪除色情版面，又呼籲各大屋苑的業主立案法團及管理公司，拒絕派發有色情內容的免費報章。

### 憂色情影響中小學生

教育評議會及香港家長聯會等教育團體分別發表聲明，批評《爽報》含色情和不雅資訊，影響學生身心健康。教評會副主席曹啟樂表示，《爽報》發行量大，而且在上學必經之路免費派發，青少年閱讀這些不雅資訊後，會對其身心造成影響，「收費報是學生主動購買，免費報是送到學生手上，況且其他免費報也沒有不雅內容」。他又指，《爽報》已在學校內廣泛流傳，學生之間亦有討論，令部分學生感到尷尬。

## 學者憂拖低報業質素

**香港文匯報訊(記者　聶曉輝)**2個月內，市場先後出現多2份免費報章，令免費報章增至6份，有學者認為，免費報章的氾濫將令免費及收費報章的內容走向大眾化，擔心質素因而下降，抹殺了新聞原有的意義。有廣告公司則認為，報業「廣告大戰」勢難避免，部分報章未必可以「捱得住」，最終難逃被淘汰的命運。

### 「蜻蜓點水」報道 資訊傳播「悲劇」

浸會大學新聞系助理教授杜耀明指出，免費報章主要是一些蜻蜓點水的報道，並無具體仔細內容，更無具體的分析，「作為一個公民社會，如果公眾很依賴免費報章去了解社會實況，這是一個悲劇。」

中文大學新聞與傳播學院教授蘇鑰機認為，《爽報》發行量高達80萬份，傳統報章的經營空間肯定會受影響，尤其是本身經營困難者，但對財經及專業報章的影響則不大；免費報章則要找到自己的定位，否則會汰弱留強。

香港大學新聞及傳媒研究中心總監陳婉瑩亦相信，《爽報》加入市場後，令全港免費報章增至6份，總發行量已超越傳統收費報章，勢將衝擊傳媒生態，並會造成惡性競爭。

### 「分薄」全行收益 「汰弱留強」難免

樹仁大學新聞系系主任梁天偉指出，每份收費報章都有自己客路，相信《爽報》面世短期內不會令收費報章的市場造成太大影響，但免費報章主要依靠廣告生存，擔心發行量相對較少的免費報會「做唔住」。

廣告公司行政總裁曾錦強表示，現時免費報章佔整體報紙廣告市場大約30%，而免費報章的讀者及廣告量仍有上升趨勢，相信免費報章的廣告量最終會超越收費報章。